Document 1 : Extrait de la présentation de la société Sopral

L'histoire de Sopral remonte à 1866, date de l'achat du moulin de Pont-Réan, siège actuel de l'entreprise situé près de Rennes. Consacrée à l'origine à la minoterie, la société s'est ensuite tournée vers l'alimentation du bétail avant de s'orienter vers les aliments pour animaux de compagnie (1965) puis les aliments pour chevaux (1985).

Cette affaire familiale était dirigée, avant son rachat par Glon, par trois cousins : Pierre JOLIVET, Philippe JOLIVET et Jean MAYOL. Grâce à sa maîtrise et son savoir-faire dans les domaines spécifiques de l'extrusion, du floconnage, du décorticage et des mélanges élaborés, acquis et développés au cours des années, SOPRAL est un intervenant important sur trois axes :

- le petfood, sous la marque Flatazor Pro-Nutrition et avec en parallèle une activité de fabrication à façon,
- l'alimentation du cheval sous la marque Dynavena ,
- les produits alimentaires intermédiaires (PAI) qu'elle façonne pour diverses industries agroalimentaires.

Sopral réalise aujourd'hui plus de 21 millions d'euros de chiffre d'affaires et compte 85 collaborateurs.
Sopral, c’est 18 000 t d’aliments pour chiens et chats vendus sous marque « Flatazor ».
Sopral possède deux usines, spécialisées et distinctes, situées à Pléchâtel (30 km au sud de Rennes, dépt. 35) et qui ont vocation à couvrir tout le territoire : une usine petfood performante et une usine cheval unique et ultramoderne, ce qui lui permet de garantir une qualité de produits irréprochable.
Sopral est résolument ouverte vers l'international avec 25% de son CA réalisé à l'export, une présence dans plus de 30 pays (Europe, Moyen-Orient, Dom, Tom...) et une filiale de commercialisation en Espagne.

Sopral met en oeuvre une stratégie de spécialisation et revendique un positionnement clair :
Marchés : animaux de compagnie et chevaux exclusivement.
Produits : aliments secs extrudés et floconnés.
Circuits de distribution spécialisés : Libre Services Agricoles, négociants spécialisés, vétérinaires et professionnels (éleveurs, clubs, etc...)

« Dernière minute »

Le groupe Glon (1,44 milliard € de CA, 3440 salariés), spécialiste de la nutrition animale vient de racheter la SOPRAL

Source : site internet de Sopral (www.sopral.com

Document 2 : Présentation de la marque Flatazor Pro-Nutrition de SOPRAL

L'activité "petfood" de SOPRAL se développe sur le marché européen depuis plus de 30 ans, et bénéficie d'un savoir-faire de haut niveau ainsi que d'un ancrage culturel et historique dans les circuits spécialisés.
Présent sur un marché dont les premières places sont occupées par des multinationales, Flatazor Pro-Nutrition a su trouver sa place avec des gammes d'aliments en phase avec les attentes des consommateurs.
SOPRAL fabrique et commercialise sous la marque Flatazor Pro-Nutrition 5 lignes de produits :

- Prestige : des aliments pour le bien-être des chiens
- Protect : des aliments pour répondre aux troubles les plus fréquents des chiens
- Crocktail : des aliments pour le bien-être des chats
- Tenor : des aliments économiques pour chiens et pour chats
- Elite : des aliments pour chiens réservés aux professionnels

C'est une offre qui répond à tous les besoins avec une segmentation en fonction de l'âge, de la taille, du mode de vie et des troubles fréquemment rencontrés chez les chiens et les chats.

Toutes les recettes Flatazor Pro-Nutrition sont composées d'ingrédients spécifiques, spécialement sélectionnés pour leurs bienfaits sur l'organisme. Elles contiennent toutes des fibres de pomme, des fructo-oligosaccharides et des graines de lin.

Les fibres de pomme
Elles contiennent des polyphénols qui sont des antioxydants 4 fois plus puissants que la vitamine C et 5 fois plus que la vitamine E. Les polyphénols ont également des actions bénéfiques sur la minéralisation osseuse. Les pectines de la pomme sont très bien assimilées par l'organisme et permettent de réguler en douceur le transit intestinal. Elles favorisent l'élimination des résidus alimentaires et l'acide pectique, insoluble, stimule le tube digestif.

Les fructo-oligosaccharides
Ce sont des prébiotiques qui, en stimulant la croissance de la flore digestive bénéfique (bifidobactéries, lactobacilles), permettent la réduction des bactéries pathogènes dans le système digestif. Ils réduisent également les composés malodorants et préviennent des troubles digestifs.

Les graines de lin
Très riches en oméga 3, acides gras essentiels pour le chien qui assurent la fluidité de l'ensemble des membranes de l'organisme, elles ont des vertus anti-inflammatoires et de fluidification sanguine.

Le yucca
Il permet une diminution des odeurs (absorption de l'azote ammoniacal) et a un effet protecteur contre les agressions bactériennes.

La taurine
Les aliments de la ligne Crocktail sont supplémentés en taurine (analogue acide aminé indispensable pour le chat) en complément de celle apportée par les matières premières (viandes et poissons).

Les protéines et les matières grasses
Implanté au coeur de la 1ère région agro-alimentaire et maritime française, Flatazor Pro-Nutrition dispose d'un accès privilégié à des ingrédients de 1er choix avec des fournisseurs de proximité, rigoureusement sélectionnés.
Les protéines de viandes et de poissons sont choisies en fonction de leur digestibilité (>85%), leur richesse en acides aminés essentiels et leur faible teneur en matières minérales. Quant aux matières grasses animales et végétales (graisse de canard, huile de colza…), elles sont sélectionnées selon leur fraîcheur, leur profil en acides gras et leur appétence.

Les Organolysats, une exclusivité Flatazor Pro-Nutrition
Complexe biologique naturel d'origine marine, les Organolysats sont essentiels à l'équilibre et au bien-être de votre chien et de votre chat. Présents exclusivement dans les produits Flatazor Pro-Nutrition , les Organolysats apportent acides aminés, oméga 3, vitamines et antioxydants dont les nombreux bienfaits sont démontrés :
• Beauté de la peau et du pelage
• Vitalité et défenses immunitaires renforcées
• Développement de la flore intestinale pour une meilleure digestion.
Les Organolysats sont composés de 80% de protides, 10% de lipides et 10% de minéraux.
Ces protides sont constitués de 80% de peptides ayant un poids moléculaire inférieur à 1800 daltons et qui leur permet de traverser directement la barrière intestinale. Ainsi, leur vitesse d'absorption est supérieure à celle d'un mélange d'acides aminés analogues. De plus, ces peptides jouent un rôle important dans de nombreuses fonctions de l'organisme lors des états de stress. D'autre part, ils se comportent comme facteur de croissance des lactobacilles, bactéries bénéfiques pour l'intestin.
La fraction lipidique des Organolysats est caractérisée par sa composition en acides gras de série oméga 3, en particulier les acides gras tels que l'EPA et le DHA qui sont des précurseurs des médiateurs cellulaires indispensables à de multiples fonctions (système nerveux, fonctions cardio-vasculaires, reproduction, processus anti-inflammatoire, régulation du transit…).
Enfin, les Organolysats contiennent un complexe naturel antioxydant composé de vitamine E et de sélénium sous une forme 20 fois plus active et stable. Ces derniers protègent les acides gras de l'oxydation et ils peuvent intervenir directement dans les fonctions musculaires.

Les lignes Flatazor Pro-Nutrition offrent un large choix de recettes bien-être sans colorants ni antioxydants artificiels ajoutés et élaborées à partir de matières premières non OGM.

Les 2 usines dédiées de SOPRAL garantissent une parfaite traçabilité et sécurité des produits, notamment vis-à-vis des risques de contaminations indésirables.

L'adhésion de SOPRAL aux syndicats et organisations professionnels dont dépendent ses activités (FACCO, SNIA, CNEF, QUALIMAT) traduit l'engagement sans faille de l'entreprise à fabriquer des aliments adaptés aux besoins des animaux, dans le strict respect des réglementations en vigueur.

Source : site internet de Flatazor Pro-Nutrition (www.flatazor.com)

Document 3 : Présentation de la gamme PROTECT de la marque Flatazor

Flatazor Pro-Nutrition a conçu la ligne PROTECT pour répondre spécifiquement aux troubles les plus fréquents chez le chien. Les aliments PROTECT sont élaborés à partir d'ingrédients hypoallergéniques (absence de blé et de soja) et hyperdigestibles.
Chaque formule PROTECT s'appuie également sur la phytothérapie en intégrant des plantes aux vertus bénéfiques reconnues pour la santé comme le romarin, le combretum, le boldo et le curcuma.
PROTECT est la réponse en nutrition santé avec une ligne de cinq produits, pour assurer à votre chien un mieux-être permanent.
Cette démarche sans concession est au coeur des valeurs de l'entreprise pour une qualité irréprochable, pour le meilleur de la nutrition santé des chiens.
Les aliments de la ligne PROTECT sont sans colorants, ni antioxydants ajoutés et élaborés à partir de matières premières non OGM.

PROTECT DIGEST
Aliment complet pour chiens à objectif nutritionnel particulier « réduction des intolérances à certains ingrédients et nutriments ».
Ingrédients hyperdigestibles et extraits de plantes à vertus hépato-protectrices = Recette formulée sans soja, ni blé, mais contenant des ingrédients hyperdigestibles tels que l'œuf, le tapioca, la protéine de pomme de terre et le riz. L'artichaut, reconnu comme hépato-protecteur, les graines de fenouil aidant à la digestion, l'argile protégeant la paroi stomacale et le charbon captant les toxines contribuent à un transit digestif optimal.

INGREDIENTS
Avoine décortiquée. Viandes déshydratées de poulet, canard et dinde. Riz. Tapioca. Graisse de canard. Fibres de pomme. Poudre d'œuf. Graines de lin. Gluten de maïs. Hydrolysats de protéines animales. Autolysats de poissons (Organolysats 1%). Sel de mer. Graines de fenouil. Levures de bière. Carbonate de calcium. Fructo-oligosaccharides. Argile. Artichaut. Romarin. Combretum. Boldo. Curcuma. Charbon végétal.

TENEURS MOYENNES en % : Protéine 26. Matières grasses 15. Fibres alimentaires 2,5. Matières minérales 4,5. Calcium 0,9. Phosphore 0,6.
TENEURS EN VITAMINES en UI/kg : Vitamine A 14 000. Vitamine D 1 000. Vitamine E 250.
TENEURS EN OLIGO-ELEMENTS AJOUTES en mg/kg : Cuivre (E4) 13. Zinc (E6) 176. Manganèse (E5) 35. Iode (E2) 2,2. Sélénium (E8) 0,35.

INFORMATIONS
Cet aliment contient un complément de vitamines : acide pantothénique, acide folique, chlorure de choline, biotine, niacine, B2, B6, B12 et K.

MODE D'EMPLOI
Servir progressivement PROTECT DIGEST en ménageant une transition avec l'alimentation précédente, tel quel, ou éventuellement réhydraté. Laisser de l'eau potable à disposition.
Afin d'obtenir un résultat optimal, veiller à respecter les quantités journalières recommandées et éviter la distribution de toute autre nourriture.
Durée d'utilisation recommandée : trois à huit semaines. Si les signes d'intolérance disparaissent, cet aliment peut-être utilisé en permanence.

PROTECT DIGEST est disponible en sacs de 2 kg et 12 kg.



PROTECT DERMATO

Aliment complet pour chiens sujets aux troubles dermatologiques.

Ingrédients hypoallergéniques et renforcement cutané = Recette formulée sans soja, ni blé, mais contenant des ingrédients reconnus comme non allergisants tels que le tapioca, le riz, la protéine de pomme de terre et l'œuf. Les graines de bourrache, riches en EPA et DHA, ainsi que la supplémentation en zinc chélaté et en biotine renforcent la qualité et la beauté de la peau et du pelage.

PROTECT OBESITE

Aliment complet pour chiens à objectif nutritionnel particulier « réduction d'un excès pondéral ».

Apport énergétique réduit pour un amaigrissement adapté = L'énergie métabolisable inférieure à 3000 kcal/kg et la teneur élevée en protéines garantissent un amaigrissement tout en maintenant la masse musculaire du chien en surpoids. La teneur élevée en fibres ainsi que les graines de psyllium contribuent à fournir un volume de ration suffisant tout en palliant la sensation de faim.

PROTECT SENIOR +

Aliment complet pour chiens âgés pour prévenir des signes du vieillissement et/ou pour chiens aux fonctions physiologiques atténuées.

Vieillissement cérébral et physiologique atténué = Recette formulée à partir d'ingrédients hyperdigestibles et spécifiques limitant le vieillissement et l'altération des fonctions physiologiques. La digestion est facilitée, le fonctionnement du foie, des reins et du cœur est soulagé, les os et les articulations sont protégés, la peau est régénérée et les défenses antioxydantes de l'organisme sont renforcées.

Source : site internet de Flatazor Pro-Nutrition (www.flatazor.com)

Document 4 : Le Marché de l'animal de compagnie

CHIFFRES GLOBAUX **Malgré un contexte économique difficile, le marché de l'animal de [...] résiste et enregistre une légère progression. En ce qui concerne la possession d'animaux de [...] même constat, une légère hausse est à noter par rapport à l'année précédente.**

2009 : un marché qui résiste



Les marchés du chien et du chat continuent à progresser, face à d'autres secteurs en difficulté.

Selon l'étude annuelle Groupe J / Efficience 3, le taux de foyers possesseurs d'animaux de compagnie atteint, en 2009, 50 % contre 49 % l'année précédente. Les taux de possession de chats et de poissons sont en hausse, celui des chiens et de la basse-cour régressent, tandis que ceux des oiseaux, des petits mammifères, des chevaux, poneys et ânes sont relativement stables.

Le profil des possesseurs

Concernant la possession d'animaux selon la catégorie socio-professionnelle du chef de famille, c'est chez les inactifs que l'on trouve le plus de possesseurs d'animaux. C'est également au sein des inactifs que l'on compte le plus de possesseurs de chiens, d'oiseaux et d'animaux de basse-cour. C'est chez les inactifs et les cadres moyens / employés que l'on trouve le plus de possesseurs de chats. C'est chez les cadres moyens / employés que l'on trouve le plus de possesseurs de poissons. C'est enfin chez les cadres moyens / employés et les ouvriers que l'on trouve le plus de possesseurs de petits mammifères.

Les maisons individuelles restent le type d'habitation le plus courant des foyers possesseurs d'animaux de compagnie. Les chats, les petits mammifères et les poissons font partie des animaux les plus présents en appartement. La région Ouest est la région où se trouve le plus grand taux de possesseurs d'animaux de compagnie. En revanche, ils sont moins nombreux dans le Centre et dans l'Est. La majorité des possesseurs vivent dans les moyennes et grandes agglomérations. Les possesseurs de chiens, d'oiseaux, de basse-cour, de chevaux, de poneys et d'ânes restent bien implantés dans les petites agglomérations (moins de 2 K habitants).

Chien + 0,5 %

Le souci de bien nourrir son chien se développe. Les nouveaux propriétaires sont plus enclins à suivre les prescriptions des éleveurs. D'autres prescripteurs tels que les vétérinaires, le pensions canines etc. renchérissent. On note toujours un transfert de l'alimentation humide vers le sec. C'est une tendance de fond nourrie par la prescription. Les aliments en boîte régressent au profit des portions individuelles. Le circuit spécialisé prend des parts de marché tandis que le nombre de magasins évolue. Chez les vétérinaires, on observe pour la première fois un tassement dû sans doute à des hausses de tarifs importantes. La sellerie haut de gamme se développe, en particulier en réseau spécialisé. Sur les jouets, les ventes en volume régressent.

Chat + 5,8 %

Le chat est un marché en progression constante depuis 5 ans. C'est encore un beau réservoir de croissance. L'appétence et la variété sont deux critères de choix importants pour les consommateurs. Ceux-ci changent très facilement de produits, pour répondre aux souhaits présumés de leurs animaux. Le boom des ventes de friandises témoigne de la réactivité du consommateur face aux nouveautés. Le potentiel de marché est encore important pour ce segment. La croissance des ventes volumes de litière suit naturellement l'extension [...] féline. Les innovati[...] assez bien suivies [...] teurs, ce qui dynam[...] valeur. Sur le segme[...] confort, même cons[...] à payer le prix for[...] du nombre de chats [...] une progression des [...] postionnés haut de [...] observe une baiss[...] sur les jouets ainsi [...] fert vers le circuit sp[...]

Oiseaux de c[...]

Il s'agit d'un mar[...] nel en déclin conti[...] d'aujourd'hui ne son[...] l'oiseau. Les effets d[...] famille sont margina[...] n'observent presqu[...] ments de nouveaux [...] Le prix des matières [...] baissé, on observe [...]



Hormis le cochon d'Inde, l[...] nain qui semblent se main[...] petits mammifères souffre[...] d'intérêt des enfants pour [...]

Document 4 (suite)

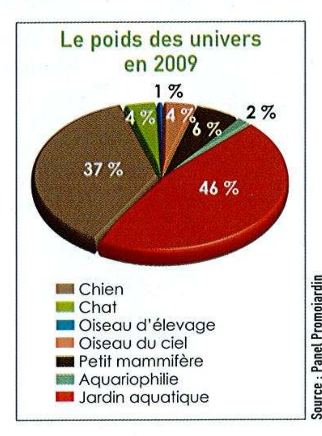


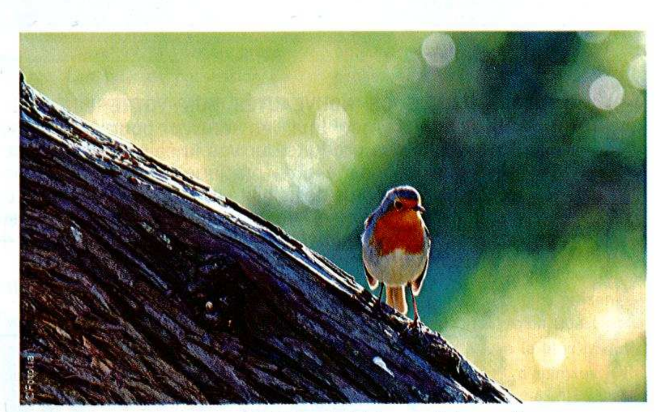
Le marché du bassin de jardin enregistre une forte progression en 2009 : +13,5 % ! L'aquariophilie, pour sa part, ne connait pas un tel regain d'intérêt.

marché en valeur. Du côte des accessoires, les ventes volumes de cages régressent, les volières souffrent moins que les cages atténuant la chute du marché en valeur.

Oiseaux du ciel - 0,2 %

Le marché serait estimé entre 40 et 60 millions d'euros, et représenterait 40 % du marché oiseaux de cage. En valeur, les aliments représenteraient 80 % et les habitats et accessoires 20 %. Ce marché serait, par ailleurs, en croissance de 10 %, mais ce ne sont que des estimations des acteurs de la distribution et des fournisseurs. Un hiver particulièrement frois a augmenté les besoins de nourrissage. C'est également un marché de l'affectif ; de ce fait, la crise n'a que peu ou pas d'incidences. L'offre tend à s'élargir, avec une segmentation par niveaux de gamme et par types d'oiseaux. Ce marché offre encore de très belles perspectives.





Malgré une petite régression en 2009, l'oiseau du ciel s'est sort relativement bien par rapport à l'oiseau de cage qui régresse de près de 5 %.

Petit mammifère - 2,9 %

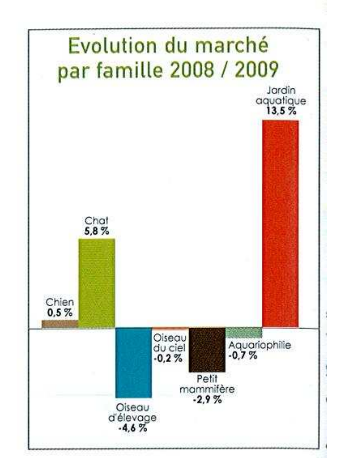
Le marché du petit mammifère est également un marché générationnel qui subit la concurrence des jeux vidéos. En régression, ce marché est ponctuellement dynamisé par des modes liées à des sorties de films d'animation au cinéma, anticipables mais de courte durée. Si le lapin progresse, toutes les autres espèces sont en baisse. Le cochon d'Inde et le hamster semblent se maintenir néanmoins. On note une extension des gammes de shampoings, de brosserie, et l'apparition de nouvelles litières, à base de chanvre par exemple, haussant le prix moyen, créant de la valeur sur un marché en perte de vitesse.

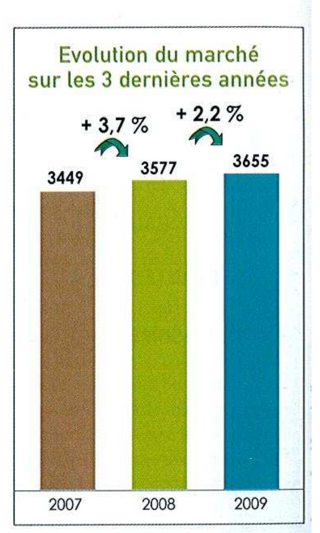
Aquariophilie - 0,7 %

Les aquariophiles hobbyistes se raréfient et se spécialisent le plus souvent en eau de mer. Le nouvel aquariophile est moins attiré par l'animal que par le potentiel décoratif de l'aquarium. La nanoaquariophilie progresse fortement, les ventes d'aquariums de grande capacité sont plutôt stables, tandis que les aquariums medium 60 cm peinent à se maintenir entre ces deux extrêmes. Le critère esthétique des aquariums devance le critère fonctionnel et leurs prix moyens augmentent. Si les ventes régressent en volumes, elles progressent en valeur. L'eau chaude recule au profit de l'eau froide. Les prix élevés des traitements jouent en leur défaveur. Les ventes d'équipements électriques régressent en raison d'un plus grand succès de l'eau froide.

Bassin de jardin + 13,5 %

Des vendeurs pas toujours bien formés sur les produits, des produits qu'il est parfois difficile à valoriser et qui demandent à être vus pour être vendus...Tous les segments de cette famille (alimentation, produits électriques, hygiène et soins, décors etc.) sont en progression. Le marché du bassin se pose comme un véritable relais de croissance face à l'aquariophilie.





Aurélie Bracaval

Evolution du marché sur les 3 dernières années par famille

M €	2007	2008	2009	08/09 %	Mix
Chien	1 618	1 672	1 681	0,5%	45%
Chat	1 231	1 298	1 373	5,8%	37%
Oiseau d'élevage	138	140	134	- 4,6%	4%
Oiseau du ciel	(non évalué)	51	51	- 0,2%	1%
Petit mammifère	163	169	164	- 2,9%	4%
Aquariophilie	243	243	241	- 0,7%	6%
Jardin aquatique	55	63	71	13,5%	2%
Total périmètre 2009		3 636	3 714	2,2%	100%
Total périmètre constant	3 449	3 577	3 655	2,2%	

Source : Panel Promojardin

Document 5 : L'alimentation chien

ALIMENTATION **Un consommateur mieux averti, plus sensible à la nature des aliments mais également aux prix, des fournisseurs qui s'adaptent, un réseau spécialisé qui a encore des cartes à jouer...**

Un marché toujours tiré par le haut...

Le souci de bien nourrir son chien se développe. Les nouveaux propriétaires sont plus enclins à suivre les prescriptions des éleveurs. D'autres prescripteurs tels que les vétérinaires, les pensions canines etc. renchérissent. On note toujours un transfert de l'alimentation humide vers le sec. C'est une tendance de fond nourrie par la prescription. Les aliments en boîte régressent au profit des portions individuelles.

Lutter contre l'obésité, une nécessité demain

Côté consommateurs, les nouvelles générations de possesseurs de chiens et de chats ont une meilleure connaissance des produits et une bonne compréhension des gammes. Les attentes sont surenchéries sur le plan des réassurances nutritionnelles et vont vers des produits qui revendiquent ouvertement leur grande technicité. Le consommateur est de plus en plus attentif à la composition des produits, à leur qualité mais aussi à leur intégrité (colorants, type de viandes...).
Lorsque les consommateurs donnent des croquettes à leur chien, il s'agit pour 89 % d'entre eux de croquettes non light. Le light reste majoritairement adopté lorsqu'il est prescrit par un vétérinaire. Or, l'obésité concerne 30 % des chiens. Il va falloir réellement accentuer la communication auprès du grand public concernant cet état de fait et ses conséquences sur la santé. Ce sera l'un des grands axes qu'il faudra travailler au cours des prochaines années.

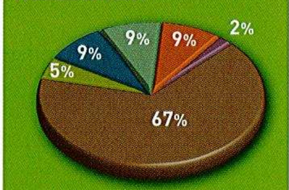
Le superpremium efficace, mais souvent cher

L'aliment superpremium a un coût certain mais pour le consommateur qui a la capacité financière d'acheter un tel produit, en 15 jours à 3 semaines, les avantages sont directement visibles sur le physique et la santé de l'animal. Le succès des aliments superpremium ne dépendra pas tant de la communication, de la publicité investies dans ces produits par les fournisseurs, mais surtout dans leurs performances. Le marché va probablement baisser en volumes – du fait de la baisse du nombre de chiens – et progresser en valeur. Néanmoins, vendre des sacs d'aliments supérieurs à 60-80 € va devenir de plus en plus difficile, surtout s'ils ne sont pas accompagnés des conseils des vendeurs.
Le marché du chien n'enregistre plus de progression à deux chiffres, néanmoins le marché du chien est un marché qui progresse par le haut, qui ne se dévalorise pas. C'est un marché qui va continuer de croître par l'innovation. Ce n'est pas une baisse des prix qui va faire progresser le marché, néanmoins il faut qu'une offre qualitative soit accessible à tous les types de budgets.

Le contenu des gamelles des chiens

[D'après une étude Royal Canin réalisée par Efficience 3, au cours de l'année 2009, auprès de 12029 foyers à raison de 1000 foyers par mois (enquête téléphonique).]

A la question : « Quelle est la répartition des aliments que vous donnez à votre chien ? Entre croquettes, aliments humides et aliments préparés par vos soins... ? » 2 % des interviewés sont incapables de donner une répartition. Pour les 98 % restants, voici les résultats obtenus :



- Croquette majoritaire
- Humide majoritaire
- Préparation maison majoritaire
- Mix croquette avec humide
- Mix croquette avec préparation maison
- Faible consommation croquette

Source : Royal Canin / Efficience 3

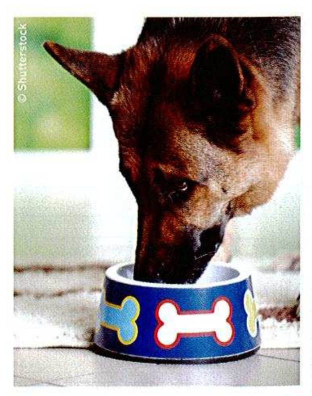


Le marché va probablement baisser en volumes –du fait de la baisse du nombre de chiens et la possession accrue de chiens de petite taille– et progresser en valeur.

Internet, un concurrent à ne pas négliger

Avec l'essor des sites internet qui offrent du choix et des prix, le réseau spécialiste doit vraiment afficher une valeur ajoutée par le conseil et le service en magasin. Il s'agit également de fidéliser le consommateur et là, les marques et les distributeurs ont un rôle conjoint à jouer : les marques en prenant en compte le profil de la population animale et en proposant des produits de mieux en mieux adaptés aux besoins des chiens, les distributeurs en retenant le client en magasin...

Aurélie Bracaval



89 % des chiens consomment des croquettes non light alors que l'obésité touche 30 % d'entre eux.

Sujets AEC : Cas Sopral

Sujet N°1

Situation :Vous êtes Technico-Commercial chez Sopral. Vous animez une réunion avec les vendeurs et les responsables de magasins du réseau de Libre Service Agricole Kiriel (rattaché au groupe Glon) de l'Ouest de la France.

Travail à faire :Vous devez leur présenter en 5 minutes maximum, la nouvelle gamme Protect.
Vous insistez surtout, durant votre intervention, sur l'argumentaire à développer sur cette gamme ainsi que sur les objections courantes rencontrées sur ce type de produits avec les réponses possibles.

Sujet N°2

Situation : Vous êtes Technico-Commercial chez Sopral. Vous animez une réunion avec les vendeurs et les responsables de magasins du réseau de Libre Service Agricole Kiriel (rattaché au groupe Glon) de l'Ouest de la France.

Travail à faire : Vous devez leur présenter en 5 minutes maximum un plan d'action pour le lancement de la nouvelle gamme Protect dans leur magasin.

Sujet N°3

Situation : Vous êtes responsable commercial chez Sopral. Vous animez une réunion avec tous les commerciaux de votre équipe.

Travail à faire : Vous devez leur présenter en 5 minutes maximum, un plan d'action pour le lancement de la nouvelle gamme Protect auprès des vétérinaires.